

Oto tegoroczni Mistrzowie Handlu

● Nasi Czytelnicy wskazali najlepszego sprzedawcę, sklep, butik i kwaciarnię w regionie. Gratulujemy zwycięzcom i dziękujemy za wszystkie oddane głosy. Uroczysta gala i rozdanie nagród już we wrześniu!

Akcja

Paulina Piotrowska
p.piotrowska@gk.pl

MISTRZOWIE HANDLU 2017



Znamy Mistrzów Handlu w Małopolsce! Najlepszego sprzedawcę, sklep, butik, kwaciarnię i sklep internetowy wskazali nasi Czytelnicy. Na zwycięzców czekają atrakcyjne nagrody, w tym voucher na kampanię reklamową i profesjonalne szkolenie marketingowe. Zwycięzca tytułu Sprzedawcy Roku spędzi tydzień w luksusowym hotelu ze SPA.

Gratulujemy zwycięzcom i dziękujemy za wszystkie oddane głosy. Laureaci pierwszych miejsc zostaną zaproszeni na wielką galę, na której zostaną im wręczone nagrody. Urocz-

stość odbędzie się we wrześniu w Krakowie.

Nasza akcja Mistrzowie Handlu miała na celu promocję punktów handlowych, które dzięki jakości usług i produktów z powodzeniem wygrywają walkę z konkurencyjnymi, wielkopowierzchniowymi marketami i sieciowymi sklepami w dużych galeriach handlowych.

Klucz do sukcesu

W naszym regionie jest mnóstwo miejsc i osób, które zasłużyły na docenienie i nagrody. Wiele sklepów wyróżnia się wystrójem i miłą obsługą pomocnych sprzedawców. Kwaciarnie zachwycają aranżacją wnętrza, a pracujący w nich floryści są prawdziwymi artystami.

- Nasza akcja cieszyła się dużym zainteresowaniem. To pokazuje, że mali przedsiębiorcy szukają nowych sposobów na rozpromowanie swoich działalności - mówi Beata Bratek, dyrektor marketingu „Gazety Krakowskiej”.



► Nasi Czytelnicy wybrali tegorocznych zwycięzców akcji Mistrzowie Handlu, których sklepy są najlepsze

Jedną z nagród, która z pewnością będzie bardzo wartościowa dla właścicieli sklepów i pracowników handlu, jest zaproszenie na szkolenie poświęcone promocji placówki w internecie. Wiedzę wyniesioną z tego szkolenia będzie można

bezpośrednio przełożyć na powodzenie biznesu.

- Już sam udział w plebiscycie Mistrzowie Handlu był dla właścicieli sklepów znakomitą promocją - mówi Beata Bratek. - Przez cały okres trwania naszego plebiscytu na łamach tygodni-

ków dołączanych do „Gazety Krakowskiej” prezentowaliśmy liderów rankingów. Przedstawiliśmy ich także w naszym serwisie internetowym oraz na naszych fanpage'ach na Facebooku. To gwarantuje skuteczną promocję - dodaje.

Wyjątkowe nagrody

Właściciele sklepów, butików, kwaciarni, które w Krakowie, Tamowie, Nowym Sączu i w każdym powiecie zdobyły najwięcej głosów, a także właściciel Sklepu Internetowego Roku w Małopolsce, otrzymają: medal MISTRZOWIE HANDLU wręczany podczas uroczystej gali, dyplom przygotowany do ekspozycji w placówce handlowej, voucher na reklamę w „Gazecie Krakowskiej” o wartości 2 tys. zł i zaproszenie do udziału w szkoleniu dotyczącym promocji placówki handlowej w internecie.

Wybrani głosami klientów Sprzedawcy Roku 2017 z każdego miasta i powiatu otrzymają dyplomy i medale. Oni również wezmą udział w profesjonalnym szkoleniu z marketingu internetowego.

Honorowy patronat nad naszą akcją objęły Krakowska Kongregacja Kupiecka oraz Małopolska Izba Rzemiosła i Przedsiębiorczości. ● ©©

Małe firmy toczą nierówną walkę z hipermarketami. Warto im pomóc!

Rozmowa z Wiesławem Jopkiem, prezesem Krakowskiej Kongregacji Kupieckiej.

Uważa pan, że warto było wziąć udział w naszej akcji?

Oczywiście, że tak. Małym i średnim firmom coraz trudniej jest funkcjonować na rynku. Niestety, muszą walczyć o klientów z dużymi hipermarketami, a to nie jest równa walka. Myślę, że akcji Mistrzowie Handlu dała im możliwość wypromowania się. Dodatkowo nagrody, które wygrali, czyli vouchery na kampanię reklamową i szkolenia marketingowe, mogą im pokazać, w jakim kierunku warto podążać. Małych przedsiębiorców nie stać na takie szkolenia, a teraz mają okazję wziąć za darmo.

Co jeszcze mogłoby pomóc rozwinięciu małym i średnim przedsiębiorstwom handlowym?

Zakaz handlu w hipermarketach w niedzielę. Nie mówię tutaj oczywiście o każdej niedzieli, ale przynajmniej o kilku. My, Krakowska Kongregacja Kupiecka, walczyliśmy o to od dawna, ale odbijamy się



od ściany. Politycy obiecują, że nowe regulacje wejdą w życie, ale, jak widać, nic w tym kierunku się nie robi. Jeśli zmieniono by regulacje, małe firmy zaczęłyby funkcjonować, biznesy odradzałyby się na nowo. Potrzebna jest zmiana, bo nigdzie na świecie firmy zagraniczne nie mają tak wielkiego udziału w rynku jak w Polsce.

Młodzi przedsiębiorcy zakładając swoje firmy mogą korzystać z dofinansowania z Unii Europejskiej. Czy to realnie pomaga

rozwiniąć im skrzydła w handlu?

Tylko teoretycznie. Młodzi dzięki dofinansowaniu chętnie próbują swoich sił, ale niestety zazwyczaj ich firmy nie są w stanie przetrwać dłużej niż rok. Każdy może próbować, ale trzeba sobie uświadomić, że dopóki w społeczeństwie nie zrodzi się świadomość, że trzeba wspierać lokalny biznes, to trudno będzie prowadzić własną firmę. ● ©©

Rozmawiała NICOLE MAKAREWICZ

Reklama jest dźwignią handlu. Bez niej trudno się utrzymać na rynku

Rozmowa z Januszem Kowalskim, prezesem Małopolskiej Izby Rzemiosła i Przedsiębiorczości.

Jakie największe wyzwania stoją przed współczesnym przedsiębiorcą?

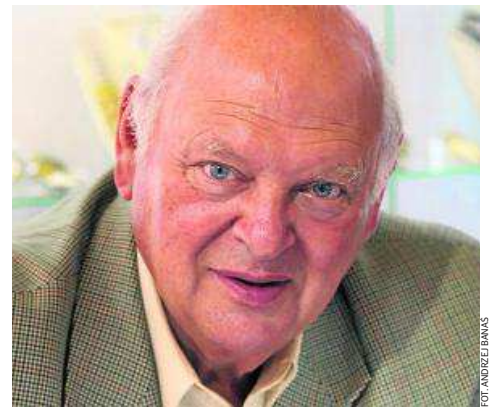
Najtrudniej sprostać wyzwaniom, które stawia przed nami rząd. Wysokość składek odprowadzanych przez pracodawcę do Zakładu Ubezpieczeń Społecznych oraz plany, by podwyższyć stawkę godzinową, sprawiają, że przedsiębiorcom jest coraz trudniej.

Co się stanie, jeśli nowe regulacje wejdą w życie?

Poszerzy nam się szara strefa, ponieważ zatrudnienie pracownika będzie zbyt kosztowne. Już teraz jest tak, że wiele osób jest zatrudnionych „na czarno”. Jako przedstawiciel Małopolskiej Izby Rzemiosła i Przedsiębiorczości mam dobry wgląd w rynek. Widzę, że będzie tylko gorzej. Najbardziej straci na tym państwo, bo zmniejszy się wpływ z podatków.

Takie rozwiązanie nie będzie korzystne chyba dla nikogo.

Dokładnie. Dlatego w Radzie Dialogu Społecznego staramy



się przekonać władze centralne do naszych racji, ale decydenci nie robią nic, by nas wspierać. Władze obiecały nam, że powstanie Konstytucja Biznesu, ale na razie możemy o niej tylko pomarzyć. Problemem jest też to, że aktualnie nie tylko czeladnicy, ale również właściciele zakładów, którzy często z czeladnictwem nie mają nic wspólnego, mogą uczuć młodych adeptów rzemiosła. To powinno się zmienić. Tylko fa-

chowcy mogą wyszkolić kolejnego specjalistę.

W naszej akcji Mistrzowie Handlu chcemy docenić tych przedsiębiorców, którzy mimo wszystko radzą sobie na rynku. Nagrodą jest m.in. kampania reklamowa. Czy przyda się firmom?

Jak najbardziej. Reklama nadal jest dźwignią handlu, a często małych firm po prostu na nią nie stać. Dzięki tej akcji będą mogły skorzystać z niej za darmo. ● ©©

Rozmawiała NICOLE MAKAREWICZ